

'TCCA' ลุยจัดระเบียบคอนเทนต์ ครีเอเตอร์
เร่งคลอดแนวปฏิบัติ-จริยธรรม ปี 70
> 24



'TCCA' ลุยจัดระเบียบคอนเทนต์ ครีเอเตอร์ เร่งคลอดแนวปฏิบัติ-จริยธรรม ปี 70



กรุงเทพธุรกิจ ● เป็นเวลาราว 6 เดือน ที่สมาคมคอนเทนต์ครีเอเตอร์ไทย (TCCA) เดินหน้าหารือกับหน่วยงาน ตลอดจนแพลตฟอร์มต่างๆ เช่น สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) สมาองค์กรของผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) สมาคมการตลาดแห่งประเทศไทย สมาคมโฆษณาดิจิทัล (ประเทศไทย) สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เฟซบุ๊ก (Facebook) ติกต็อก (TikTok) ในประเด็นต่างๆ เพื่อนำไปสู่การจัดทำแนวปฏิบัติวิชาชีพและจรรยาบรรณคอนเทนต์ครีเอเตอร์

เบื้องต้น สมาคมฯ ต้องการให้ร่างถูกนำไปประกาศอย่างเป็นทางการภายในสิ้นปี เพื่อขับเคลื่อนใช้กับวงการครีเอเตอร์ในปี 2570

ขจร เจียรนัยพาณิชย์ นายกสมาคม

คอนเทนต์ครีเอเตอร์ไทย (TCCA) เปิดเผยว่า ผู้บริโภคชาวไทยมีการเสพเนื้อหา หรือคอนเทนต์โดยเฉพาะข่าวผ่านครีเอเตอร์เป็นอันดับ 1 ของโลก มีการซื้อสินค้าตามเหล่าคนดัง ครีเอเตอร์ อินฟลูเอนเซอร์ ผ่านแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซติดท็อป 5 ของโลก ทว่าอุตสาหกรรม หรือ เศรษฐกิจครีเอเตอร์ (CreatoREconomy) กลับไม่มีแนวทางการปฏิบัติที่มีมาตรฐานในการยึดถือ

นอกจากนี้ เด็กจบการศึกษาใหม่ เมื่อต้องการเข้าสู่วงการครีเอเตอร์ ทำให้ไม่มีเข็มทิศในการทำงาน ทั้งการรีวิวนินทา โดยเฉพาะหมวดที่มีความอ่อนไหว เช่น อาหารและยา เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สินค้าแม่และเด็ก การเงินการลงทุน ภาควิชาการศึกษาคณาจารย์ที่จะปมเพาะนักศึกษา รวมถึงวงการมีเดียเอเจนซี ในการพิจารณาผลงานให้กับครีเอเตอร์คนใด เป็นต้น

ในการรับฟัง ระดมความเห็นจากหน่วยงานต่างๆ สมาคมฯ ได้ร่างแนวปฏิบัติสำหรับครีเอเตอร์ 28 ประเด็นสำคัญ เช่น แนวปฏิบัติเกี่ยวกับการสื่อสารที่เคารพ



ขจร เจียรนัยพาณิชย์

ศักดิ์ศรี อัตลักษณ์ และความหลากหลาย การแสดงความเห็นและการวิจารณ์ การสื่อสารข่าว ข้อมูลสาธารณะและความคิดเห็น การใช้ลิขสิทธิ์และทรัพย์สินทางปัญญา ในการสร้างเนื้อหา การสื่อสารด้านเด็กและเยาวชน การสื่อสารด้านสุขภาพ การแพทย์ การรักษา และการใช้ยา การพนัน การเสี่ยงโชค และสลาก เป็นต้น

“เรื่องการแพทย์ สมาคมฯ ไม่มั่นใจมากนัก จึงต้องการให้หน่วยงานกำกับดูแล

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ความเห็น หรือ การเงินการลงทุน สินค้าแม่และเด็ก ควรมีมาตรฐาน แนวปฏิบัติอย่างไร หรือ ต้องระวัง เพราะบางประเทศไม่ให้คอนเทนต์ เห็นหน้าเด็ก หรือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ บางประเทศเข้มงวดมาก ไม่ให้อะไรชื่อ แปรนต์ที่เหมือนกับน้ำดื่ม”

ทั้งนี้การมีแนวปฏิบัติอย่างเป็นทางการ เพื่อกำกับดูแลกันเอง ยังเอื้อต่อการส่งเสริม

อุตสาหกรรมครีเอเตอร์ให้เติบโตด้วยเพราะ ยิ่งรากฐานแข็งแกร่ง สร้างสรรค์คอนเทนต์ ออกไปได้มาก ย่อมดึงเงินเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจ ผ่านการจ้างงานครีเอเตอร์ในประเทศไทย เช่นเดียวกับ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ที่ เว้นภาษี เพื่อดึงครีเอเตอร์มากระตุ้น เศรษฐกิจ หรือแม้แต่เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น ที่ ครีเอเตอร์แข็งแกร่ง

“ต่อความเห็นการให้หน่วยงานออกกฎหมาย มากำกับดูแลครีเอเตอร์ หรือ สมาคมฯ ดูแลกันเอง มองเรื่องกรอบหากเข้มมากเกินไป จะมีผลต่อความคิดสร้างสรรค์”

สุวิดา จรรย์วงศ์ อุปนายกด้านจรรยาบรรณ และการกำกับดูแลวิชาชีพ สมาคมคอนเทนต์ ครีเอเตอร์ไทย กล่าวว่า การจัดทำแนวปฏิบัติ วิชาชีพและจรรยาบรรณคอนเทนต์ ครีเอเตอร์ คาดว่าจะเห็นเป็นรูปธรรม ภายในสิ้นปีนี้ เพื่อประกาศโดยสมาคมฯ

เพื่อนำไปใช้ และปี 2570 จะเป็นปีแห่ง การขับเคลื่อนอุตสาหกรรมครีเอเตอร์ ภายใต้ข้อปฏิบัติต่างๆ ในเชิงรุก

“ตอนนี้เป็นการจุดพลุ เพราะ ร่างแนวปฏิบัติที่หารือขณะนี้ได้ผ่าน ผู้กำกับ ผู้คุมกติกาลแล้ว ปีหน้าสมาคมฯ จะยกให้เป็นปีแห่งการขับเคลื่อนคอนเทนต์ ครีเอเตอร์ด้วยการปฏิบัติงานอย่างรับผิดชอบ สร้างการเติบโตในวิชาชีพต่อไป”



สุวิดา จรรย์วงศ์

นอกจากครีเอเตอร์จะทรงพลังต่อ ผู้บริโภคที่รับชมเนื้อหาต่างๆ อีกด้าน ครีเอเตอร์ยังเป็นผู้ประสพภัย หลายครั้งที่ เกิดการกระทำผิดบนโลกออนไลน์ จะ ถูกเหมารวมเป็นครีเอเตอร์ เช่น สินค้า ไม่ตรงปก การหลอกลวงหรือกลโกงไซเบอร์ ต่างๆ จึงต้องการให้แยกแยะ

“เมื่อมีการกระทำผิดเกิดขึ้นบนโลก ออนไลน์ มักถูกเหมารวมว่าเป็นเพราะ ครีเอเตอร์ เช่น หลอกลวงลงทุน โจรไซเบอร์ คนไม่ดีควรถูกมองเป็นอาชญากร”

ทั้งนี้ การมีแนวปฏิบัติที่ดี เกิดการ จัดระเบียบ ยังเพิ่มโอกาสให้กับครีเอเตอร์ ชายขอบแจ้งเกิดได้ จากปัจจุบันยอมรับ ว่าคนดัง คือคนที่ได้แสง ตะโกนเสียงดัง อวดรวย ฉายแสง ฯ เพราะคนในสังคม ให้การยอมรับ

“การมีแนวปฏิบัติออกมา บางประเด็น มีความเข้มงวดมาก กลายเป็นมาตรฐาน ให้ยึดถือ หากใครทำอะไรนอกแนวทาง อาจถูกคว่ำบาตรได้”